



**ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK HIJAB
PADA “HIJAB FLOW COLLECTION” DI KABUPATEN KUDUS**

Diajukan Oleh :

ALODIA APRILIANTIKA

NIM. 2014-11-305

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2018



**ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK HIJAB
PADA “HIJAB FLOW COLLECTION” DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

ALODIA APRILIANTIKA
NIM. 2014-11-305

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2018

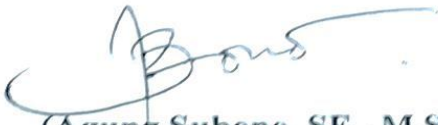
**ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK HIJAB
PADA “HIJAB FLOW COLLECTION” DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2018

Mengetahui

Ketua Program Studi



(Agung Subono, SE., M.Si)
NIDN. 0520017602

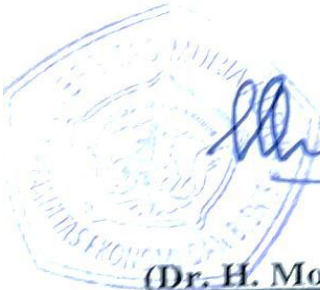

Pembimbing I



(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM)
NIDN. 0026065516

Mengetahui

D e k a n



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan, maka manakala kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.

(Q.S. Al-Insyirah : 6-8)

“Maka bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Q.S. Ar-Rum : 60)

Persembahan:

1. Kedua orangtuaku tercinta
2. Adik-adikku tersayang
3. Teman-teman dan sahabat-sahabatku yang selalu mendukung dalam menyusun skripsi ini
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi ini yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
4. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kepada Pihak “Hijab Flow Collection” yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian

7. Responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuesioner.
8. Bapak dan Ibuyang telah memberikan do'a, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
9. Teman-teman Manajemen S1 dan Almamaterku.
10. Sahabatku "Istri Idaman" (Rifa, Nisa, Ani, Luffia, Isna, Nobita) yang selalu mendukung hingga terselaikannya skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat a penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,

2018

Penulis

ALODIA APRILIANTIKA

NIM. 2014-11-305

**ANALISIS STRATEGI BERSAING PRODUK HIJAB
PADA “HIJAB FLOW COLLECTION” DI KABUPATEN KUDUS**

ALODIA APRILIANTIKA

2014-11-305

Pembimbing: 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd, MM

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Perusahaan memerlukan strategi dalam pengembangan kelangsungan usaha dan menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengembangan dan pemilihan strategi bersaing pada Hijab Flow Collection. Metode analisisnya adalah SWOT (*Strength Weakness Opportunity and Threats*). Analisis SWOT adalah analisis yang membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*), dengan faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Variabel lingkungan internal terdiri dari produk, saluran distribusi, harga, promosi, pelayanan dan citra merek. Variabel lingkungan eksternal terdiri dari luas pasar, daya beli, pesaing, pendatang baru, pemasok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa “Hijab Flow Collection” dalam matrik SWOT berada dalam posisi investasi, yaitu posisi perusahaan yang mempunyai alternatif strategi atau strategi pertumbuhan. Beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan adalah pengembangan produk, penetrasi pasar, pengembangan pasar. Hal ini didasarkan dari analisis SAP berada di posisi kuat, sedangkan hasil analisis ETOP pada EOE dan ETE yang menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi usaha dewasa.

Kata Kunci :Strategi Bersaing, SWOT, SAP, ETOP

**COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS OF HIJAB PRODUCTS
ON “HIJAB FLOW COLLECTION” IN THE KUDUS REGENCY**

ALODIA APRILIANTIKA

NIM: 2014-11-305

Counselor: 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo, SH., S.Pd, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

Companies need strategies to develop business continuity and face competition. This study aims to evaluate the development and selection of competitive strategies in Hijab Flow Collection. The method of analysis is SWOT (Strength Weakness Opportunity and Threats). SWOT analysis is an analysis that compares the external factors of opportunity and threat, with internal factors namely strength and weakness. Internal Environment Variables consist of product, distribution channel, price, promotion, service and brand image. External Environment Variables consist of market area, purchasing power, competitors, newcomers, suppliers.

The results showed that “Hijab Flow Collection” in the SWOT matrix is in the investment position, the position of the company that has alternatives strategy or growth strategy. Some strategies that can be done to face competition are product development, market penetration, market development. This is based on SAP analysis being in a strong position, while ETOP analysis results on EOE and ETE that indicate that the company is in the adult business position.

Keywords: Competitive Strategy, SWOT, SAP, ETOP

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran	7
2.2 Lingkungan Usaha	8
2.2.1 Lingkungan Internal.....	8
2.2.2 Lingkungan Eksternal	13
2.3 Strategi Bersaing	16

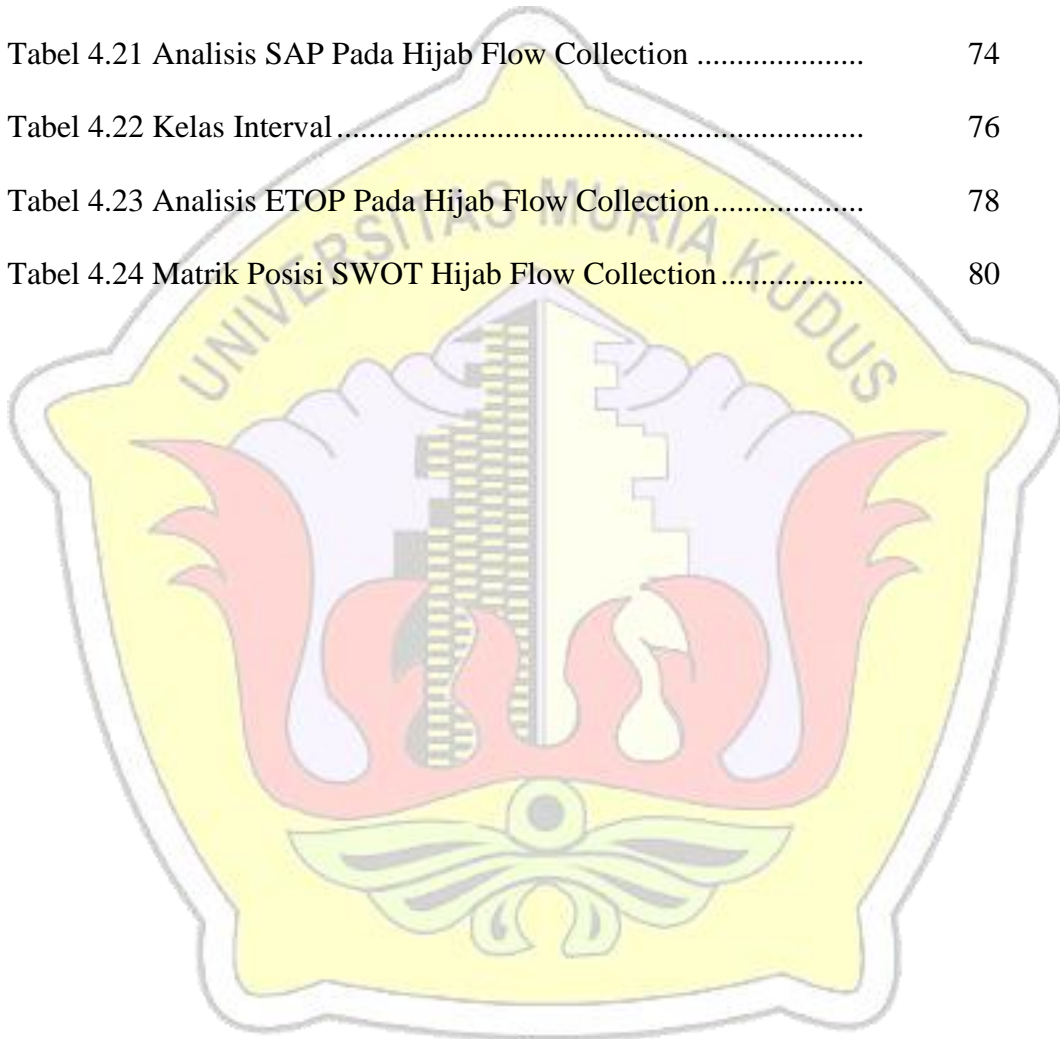
	Halaman
2.4 Analisis Posisi Strategi	18
2.4.1 Analisis SWOT	18
2.4.2 Prosedur Penyusunan Analisis SWOT	22
2.5 Penelitian Terdahulu	30
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.5 Pengumpulan Data	41
3.6 Pengolahan Data	42
3.7 Uji Instrumen	43
3.8 Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1 Profil Perusahaan	52
4.1.2 Pemesanan	52
4.2 Uji Instrumen	53
4.3 Penyajian Data	58
4.3.1 Karakteristik Responden	58

	Halaman
4.3.2 Data Variabel Penelitian	62
4.4 Hasil Analisis Data	72
4.4.1 Analisis SAP	74
4.4.2 Analisis ETOP	77
4.4.3 Matrik Posisi SWOT Pada Hijab Flow Collection	79
4.5 Posisi Strategi Hijab Flow Collection	80
4.6 Strategi Bersaing Hijab Flow Collection	81
4.7 Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Target dan Volume Penjualan Hijab Flow Collection	5
Tabel 2.1 Matrik Posisi Strategi SWOT	27
Tabel 3.1 Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik	47
Tabel 3.2 Matrik Posisi Strategi SWOT	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Lingkungan Internal	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Lingkungan Eksternal	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lingkungan Internal & Eksternal	57
Tabel 4.4 Usia	59
Tabel 4.5 Jenis Kelamin	59
Tabel 4.6 Pekerjaan.....	60
Tabel 4.7 Usia	61
Tabel 4.8 Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.9 Lama Bekerja.....	62
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Produk.....	63
Tabel 4.11 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Saluran Distribusi	64
Tabel 4.12 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Harga	65
Tabel 4.13 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Promosi	66
Tabel 4.14 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Pelayanan.....	67
Tabel 4.15 Frekuensi Variabel Lingkungan Internal Citra Merek	68
Tabel 4.16 Frekuensi Variabel Lingkungan Eksternal Luas Pasar ...	69

	Halaman
Tabel 4.17 Frekuensi Variabel Lingkungan Eksternal Daya Beli	70
Tabel 4.18 Frekuensi Variabel Lingkungan Eksternal Pesaing	71
Tabel 4.19 Frekuensi Variabel Lingkungan Eksternal Pendetang Baru	72
Tabel 4.20 Frekuensi Variabel Lingkungan Eksternal Pemasok	73
Tabel 4.21 Analisis SAP Pada Hijab Flow Collection	74
Tabel 4.22 Kelas Interval	76
Tabel 4.23 Analisis ETOP Pada Hijab Flow Collection	78
Tabel 4.24 Matrik Posisi SWOT Hijab Flow Collection	80



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Analisis SWOT	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 3.1 Matrik ETOP	49
Gambar 4.1 Matrik ETOP Hijab Flow Collection	79

